



# Kommunikationsstrategi

**Antagen av kommunstyrelsen 2019-12-17 § 215**

## Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>Inledning .....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Bakgrund.....</b>	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>Nuläge .....</b>	<b>3</b>
<b>4</b>	<b>Syfte.....</b>	<b>4</b>
4.1	Den interna kommunikationen ska .....	4
4.2	Den externa kommunikationen ska .....	5
<b>5</b>	<b>Borgholms kommuns kärnvärden .....</b>	<b>5</b>
<b>6</b>	<b>Målgrupper.....</b>	<b>5</b>
6.1	Specifika målgrupper för kommunen.....	6
6.2	Målgruppen kommuninvånare kan delas in i tre olika kategorier: .....	6
6.3	Mål.....	6
<b>7</b>	<b>Generella riktlinjer för kommunens kommunikation .....</b>	<b>7</b>
<b>8</b>	<b>Grafisk profil .....</b>	<b>7</b>
8.1	Riktlinjer för bildhantering .....	8
<b>9</b>	<b>Kanaler .....</b>	<b>8</b>
9.1.1	Hemsida .....	9
9.1.2	Sociala medier.....	9
9.1.3	Youtube .....	10
9.1.4	E-post .....	10
9.1.5	Intranät .....	11
9.1.6	Tryckt material .....	11
9.1.7	KommunNytt.....	11
9.1.8	NäringslivsNytt.....	12
9.1.9	Telefoni och direkta möten .....	12
9.1.10	Arbetsplatsträffar .....	13
9.1.11	Media.....	13
<b>10</b>	<b>Kriskommunikation.....</b>	<b>14</b>
<b>11</b>	<b>Organisation och ansvar .....</b>	<b>15</b>
11.1.1	Planerad kommunikation .....	16
11.1.2	Lagar .....	17
<b>12</b>	<b>Sammanfattning .....</b>	<b>18</b>
<b>13</b>	<b>Utvärdering och revidering .....</b>	<b>18</b>

## 1 Inledning

Borgholms kommuns kommunikationsstrategi är en plattform för information och kommunikation för kommunens medarbetare, förtroendevalda och andra som agerar företrädare för kommunen. Den presenterar riktlinjer och ett gemensamt synsätt på hur alla relationer och information- och kommunikationsfrågor ska hanteras både internt och externt.

Det är en kommuns skyldighet att vara transparent för sina invånare, att föra en dialog och att ge information och kunskap som är enkel för alla att ta till sig. Strategin ska fungera som ett verktyg och ett stöd för samtliga verksamheter i kommunen och hjälpa oss att uppnå de mål som formulerats för verksamheten.

Strategin visar på hur vi ska kommunicera i enlighet med kommunens kärnvärden: *Välkomnande, utvecklande och tillsammans* - för att uppnå verksamhetens övergripande vision: *"Med gemensamma krafter utvecklar vi hela Borgholms kommun till något som vi är stolta över. Nu och för framtiden."*

## 2 Bakgrund

Vi står inför stora förändringar då vårt samhälle blir mer och mer individualiserat och vi är ständigt uppkopplade mot Internet. Förväntningarna ökar på service, tillgänglighet, information och dialog. Borgholms kommun har ett stigande invånarantal och nästan 11 000 medborgare (november 2019). Inom kommunen finns cirka 1000 medarbetare och på somrarna har kommunen över två miljoner besökare årligen. Behovet av en god kommunikation är således stort och ökande.

Kommunikation och information på olika nivåer får en allt större betydelse i samhället och blir mer och mer en strategisk fråga. Som kommun är tillgänglighet och transparens nyckelord i kommunikation till de olika mottagarna. Det är viktigt för medborgarna att få tillgång till samhällsinformation men också av intresse för kommunen att kunna lyfta fram sina styrkor och profil.

## 3 Nuläge

Borgholms kommuns kommunikation omfattar allt utbyte av information och åsikter som sker genom kommunens informationskanaler med kommunen som avsändare. Kommunens relationer med enskilda individer

och specifika målgrupper är ett resultat av hur kommunikationen och relationen med Borgholms kommun fungerar och uppfattas.

För all verksamhet måste kommunikationsinsatser planeras och budgeteras för att kunna utformas på ett bra sätt. Informationen blir då integrerad i verksamheten och ett aktivt stöd i arbetet. En kommunikationsstrategi och en kommunikatör är basen för ett effektivt och långsiktigt kommunikationsarbete.

En kommunikatör ska ha det övergripande ansvaret och vara ett nav gällande all kommunikation inom kommunen. En kommunikationsstrategi är ett verktyg och en mall för kommunikatören, men ansvaret för att strategin efterlevs vilar på samtliga medarbetare.

Kärnvärdena *välkomnande*, *utvecklande* och *tillsammans* ska vara den röda tråden i all kommunikation. Den ska vara känd för samtliga medarbetare, som alla inofficiellt är både kommunikatörer och ambassadörer, oavsett titel eller arbetsuppgift.

## 4 Syfte

En genomtänkt kommunikation säkerställer en hög kvalitet på tjänster och service, en effektiv resursanvändning, god arbetsmiljö, goda relationer med kommuninvånare samt en ökad möjlighet till inflytande. Den hjälper till att nå uppsatta mål och garanterar att alla medarbetare får insikt och kunskap om verksamheten, dess utveckling och resultat samt förståelse för den egna rollen och betydelsen som medarbetare i verksamheten.

En väl fungerande *intern kommunikation* inom och över enhets- och förvaltningsgränserna bidrar till samhörighet, engagemang och förståelse för varandras verksamheter. Den bidrar till att driva verksamheten på ett effektivt sätt och minskar på sikt arbetsbelastningen för chefer. En god intern kommunikation är också en förutsättning för en framgångsrik extern kommunikation.

Syftet med den *externa kommunikationen* är att tillmötesgå kommuninvånarnas rätt att ta del av och påverka Borgholms kommuns verksamhet, samt att ge information om kommunens planer och beslut. En god extern kommunikation innebär också att lyssna på kommuninvånarnas synpunkter och vara öppen för en konstruktiv dialog. Den bidrar också till ett större intresse och förtroende för kommunen, goda medierelationer samt till att nå uppsatta mål för verksamheten.

### 4.1 Den interna kommunikationen ska

- Säkerställa att alla medarbetare får aktuell och viktig information
- Skapa förutsättningar för en öppen intern dialog
- Skapa arbetstillfredsställelse, engagemang och gemenskap hos medarbetarna
- Stödja, effektivisera och utveckla verksamheten

- Bidra till att nå uppsatta mål och driva verksamheten på ett effektivt sätt
- Bidra till en minskad arbetsbelastning för chefer
- Skapa förutsättningar för en bra extern kommunikation

## 4.2 Den externa kommunikationen ska

- Kommunera politiskt fattade beslut på ett tydligt och effektivt vis
- Tillmötesgå kommuninvånarnas rätt att ta del av och påverka verksamheten
- Vara allsidig och ge en rättvisande bild av kommunens verksamhet
- Ge information till externa målgrupper om kommunens verksamhet
- Ges till berörd personal innan den skickas vidare externt
- Samordnas vid större informationsaktiviteter för att nå större genomslagskraft
- Lyssna på och skapa dialog med kommuninvånarna

## 5 Borgholms kommuns kärnvärden

- Välkomnande  
Det är viktigt att vi lyssnar, att vi är tillgängliga och att vårt bemötande alltid sker på ett korrekt och professionellt sätt. Oavsett ärende ska våra medborgare och besökare känna att de blivit sedda och respekterade.
- Utvecklande  
Vi försöker alltid hitta möjliga lösningar och skapa förbättringar i vårt dagliga arbete. Ledarskap som främjar utveckling, både personligt/individuellt och inom verksamhetsområdena, ska uppmuntras.
- Tillsammans  
Genom samarbete inom kommunen ökar vår tillväxt och attraktionskraft. Därför är det viktigt att vi gemensamt skapar en känsla av samhörighet, där varje medborgare vill och kan bidra till kommunens utveckling. Vi är alla ambassadörer för den verksamhet vi arbetar i och vi är ansvariga för vår del av helheten.

## 6 Målgrupper

Kommuninvånarna är den kommunala verksamhetens yttersta uppdragsgivare, en verksamhet som dessutom finansieras med skattemedel. De har rätt till information om den service som kommunen tillhandahåller samt om sina rättigheter och skyldigheter. De har också rätt till alla upplysningar som kan underlätta en öppen diskussion och ett

demokratiskt inflytande på kommunens verksamhet.

I ett informations-, kommunikations- och demokratiperspektiv är det viktigt att ständigt ha den målgrupp som verksamheterna riktar sig till i åtanke. Kommunen har en bred målgrupp som alla behöver få sina behov tillgodosedda, vilket kräver att man ställer sig ett antal frågor vid förmedling av information:

Var befinner sig målgruppen geografiskt och vilken situation befinner de sig i? Hur ser kommunikationen till dem ut i dag och vilka är deras förutsättningar? Behöver några grupper eller individer prioriteras i kommunikationen? Behöver vi kommunicera olika saker till olika grupper eller individer? Behöver vissa målgrupper mer information än andra?

## 6.1 Specifika målgrupper för kommunen

- Kommuninvånare
- Sommarboende och turister
- Företagare och andra samhällsaktörer
- Förtroendevalda
- Medarbetare
- Myndigheter och statliga verk
- Media och andra opinionsbildare
- Presumptiva medarbetare inom kommunen
- Presumptiva kommuninvånare
- Presumptiva företagare
- Skolor och universitet

## 6.2 Målgruppen kommuninvånare kan delas in i tre olika kategorier:

- Invånaren i egenskap av väljare och skattebetalare, med rätt till insyn, inflytande och delaktighet i beslutsprocesserna.
- Invånaren i egenskap av brukare av kommunens tjänster och service, där vi har monopol inom vissa områden.
- Invånaren som ambassadör för Öland och framför allt Borgholms kommun.

## 6.3 Mål

Borgholms kommun ska vara en kommun som präglas av kund- och medborgarfokus, demokrati och god service i alla verksamheter. Alla mål för verksamhet och kommunikation ska vara specifika, mätbara, uppnåeliga, relevanta och tidsbegränsade. Både vision och verksamhetsmål ska revideras i början av varje mandatperiod.

En effektiv kommunikationsverksamhet är välplanerad, samordnad, proaktiv och budgeterad. Uppföljning av kommunikationsinsatser och omvärldsbevakning ska göras löpande för att säkerställa att

kommunikationsarbetet ständigt utvecklas och förbättras.

Vi ska vara en kommunikativ organisation, vilket innebär att samtliga medarbetare strävar efter en ständigt förbättrad och effektiv kommunikation. Kommunikativa effekter ska alltid vägas in i beslutsprocesser, för att säkerställa att vårt budskap når vald målgrupp vid vald tidpunkt med önskad effekt.

Vår kommunikation ska vara ärlig och bidra till att skapa förtroendefulla relationer med våra målgrupper. Vi ser värdet av dialog och välkomnar synpunkter och initiativ. Vi ska alltid vara sakliga och basera uttalanden på aktuell och uppdaterad fakta. All kommunikation ska vara helt fri från nedvärderande, sarkastiska och kränkande inslag.

All kommunikation ska utgå från och anpassas till olika målgruppers behov, förkunskaper och förutsättningar. Speciell hänsyn ska tas till grupper med särskilda behov. Det innebär att vi uttrycker oss med ett tydligt och lättbegripligt språk i enlighet med språklagen.

Information om våra verksamheter ska vara enkel att finna utifrån mottagarens förutsättningar och tillhandahållas och spridas via muntliga, tryckta och digitala kanaler. Kommunikationen ska utformas så att målgrupperna får relevant information med ett tydligt och trovärdigt budskap.

## 7 Generella riktlinjer för kommunens kommunikation

- All kommunikation ska vara förtroendeingivande, öppen, korrekt och saklig.
- Vi ska målgruppsanpassa och kommunicera på mottagarens villkor.
- All kommunikation ska vara tydlig, tillgänglig och relevant.
- Vi ska skapa en känsla av gemenskap, engagemang och trivsel internt.
- Vi ska stärka bilden av och uppfattningen om kommunen externt.
- Vi ska alltid ha en tydlig avsändare oavsett kanal och syfte.
- Vi utgår från vår grafiska profil, oavsett kommunikationsform.
- Vårt språk är professionellt och fritt från nedvärderande och kränkande inslag.
- Ledorden *välkomnande*, *utvecklande* och *tillsammans* ska alltid beaktas.

## 8 Grafisk profil

Det är viktigt att ha en enhetlig grafisk profil, det vill säga riktlinjer för hur vi använder logotyp, typsnitt, färger och så vidare. Borgholms kommuns kommunikation ska vara tydlig i sin utformning. Den grafiska profilen ger kommunens verksamheter möjlighet att kommunicera utifrån sina

målsättningar och målgrupper och signalerar samtidigt tillhörigheten till kommunen.

I all kommunikation ska det tydligt framgå att Borgholms kommun är avsändare. Vi ska därför konsekvent och utan undantag använda vår grafiska profil för att stärka vårt budskap och skapa en visuell identitet, en extern tydlighet och en intern samhörighet.

Den grafiska profilen visar också att en verksamhet är en del av Borgholms kommun. Som kommunal organisation är detta viktigt ur ett demokratiskt perspektiv då vi har en skyldighet att visa vad som är skattefinansierad verksamhet. Vår logotyp används därför endast av våra egna verksamheter. Vid behov av nya mallar eller annat material ska kommunikatören, som kan ge riktlinjer för utformningen, kontaktas.

En konsekvent använd grafisk profil visar att kommunen arbetar professionellt. Riktlinjerna för den grafiska profilen finns på vårt intranät där logotyp, profilmått, typsnitt, grafiska element och olika exempel presenteras på ett lättillgängligt sätt. Är du osäker eller har frågor? Tveka inte att kontakta kommunens kommunikatör.

## 8.1 Riktlinjer för bildhantering

Enhetliga riktlinjer för bildanvändning hjälper till att skapa ett tydligt arbetssätt kring bildhantering och tydliggör ansvaret för bildpublicering. Riktlinjerna som finns i dokumentet "Riktlinjer för bildhantering för Borgholms kommun" gäller både för internt producerat material och material som produceras av externa aktörer på uppdrag av Borgholms kommun.

Kommunikatören ansvarar för att riktlinjerna är tydliga. Alla medarbetare som lägger ut bilder på hemsida eller sociala medier ansvarar för att dessa bilder fotograferas, redigeras och används i enlighet med riktlinjerna.

Bilder är starka bärare av värderingar och bygger på känslor, det är därför viktigt att även bilderna går i linje med våra kärnvärden välkomnande, utvecklande och tillsammans. För mer information, läs "Riktlinjer för bildhantering för Borgholms kommun".

## 9 Kanaler

Borgholms kommun använder olika kanaler för kommunikation och informationsspridning. Sammanhang och målgrupp avgör vilken kanal som väljs. Det är viktigt att komma ihåg att kommunens medarbetare och invånare har skiftande tillgång till och olika förutsättningar att inhämta och tolka information.

Oavsett vilken kanal som väljs är det viktigt att följa den grafiska profilen,



bildpolicyn och eventuellt specifika riktlinjer. Vi använder ett korrekt, enkelt och tydligt språk.

#### Ansvar

Varje chef har ett ansvar att meddela kommunikatören om sådant som är på gång inom den egna verksamheten, som kan vara aktuellt att publicera i våra kanaler. Viktigt att komma ihåg är att nästan inga inlägg är möjliga att göra utan en bra bild! Se "riktlinjer för bildanvändning."

### 9.1.1 Hemsida

Hemsidan [www.borgholm.se](http://www.borgholm.se) är kommunens viktigaste informationskanal. Borgholm kommuns information och kommunikation på Internet ska ha som övergripande syfte att vara till största nytta för användarna och skapa effektivitet i kommunens verksamheter.

All information som riktar sig till externa målgrupper ska publiceras på [borgholm.se](http://borgholm.se). Hemsidan fungerar som ett arbetsverktyg och en faktabas för både externa målgrupper och medarbetare, och är Borgholms kommuns främsta informationskanal.

På hemsidan ska aktuell information om verksamheterna, öppettider, kontaktuppgifter, blanketter etcetera alltid finnas. Driftstörningar ska publiceras omgående och nyheter publiceras vid aktualitet. Den grafiska profilen och bildpolicyn ska alltid följas. Språket ska vara enkelt, tydligt och effektivt i sin utformning och kärnvärdena alltid beaktas. Uppdatering av hemsidan sköts i första hand av webbredaktörerna, som består av minst en per förvaltning. Det är dock varje medarbetares ansvar att se till att sidor som presenterar information om just deras verksamhetsområde är uppdaterad och korrekt och att meddela sin webbredaktör om det är någonting som är inaktuellt på hemsida. Chefer har ett övergripande ansvar för att informationen är aktuell.

### 9.1.2 Sociala medier

Sociala medier har blivit ett viktigt verktyg för att nå ut till både medborgare, besökare och andra med anknytning till, eller kanske en längtan till Öland. Olika plattformar fyller olika behov och når olika målgrupper.

Det är viktigt att ha ett tydligt syfte med användandet och att göra det på ett sådant sätt att det stärker varumärket Borgholm.

Verksamheter inom kommunen som väljer att engagera sig inom sociala medier ska tydliggöra att engagemanget sker i enlighet med förvaltningens verksamhetsutövning. Det ska finnas ett tydligt syfte och målgrupp och det är viktigt att driften av kontot sker i enlighet med "riktlinjer för sociala medier". Till exempel är det en generell regel att alla meddelanden som inkommer till eller lämnar kommunen på sociala medier är allmänna handlingar. Det är också viktigt att det finns resurser att besvara och

bemöta kommentarer som kommer in, även under semester och eventuell sjukdom.

Att starta ett konto ska godkännas av chef och anmälas till kommunikatören, på blanketten "Anmälan om nytt konto i sociala medier".

På kommunens hemsida finns en förteckning över vilka sociala medier kommunens är med i och hur de kan hittas.

Kommentarer, synpunkter och svar som kan strida mot gällande lagstiftning, direktiv eller riktlinjer ska omgående avpubliceras eller raderas. Innan radering sker måste innehållet i meddelandet samt information om dess användare sparas. Såväl avpublicerat som raderat innehåll måste behandlas i enlighet med regler om allmänna handlingar. Kontakta kommunikatören.

Kommentarer på sociala medier får inte innehålla:

- Förtal, personliga angrepp eller förolämpningar
- Hets mot folkgrupp, sexistiska uttalanden eller andra trakasserier
- Olovliga våldsskildringar eller pornografi
- Uppmaningar till brott
- Olovligt bruk av upphovsrättsligt skyddat material
- Stötande eller kränkande ord
- Kommersiella budskap eller reklam
- Sekretessbelagda uppgifter

Sociala medier är levande kanaler där det är av yttersta vikt att vi följer den grafiska profilen och använder en professionell men personlig och varm ton i både bild och text.

### 9.1.3 Youtube

Borgholms kommuns Youtube-kanal startades för att möjliggöra sändningar från kommunfullmäktige, vilket har gjorts regelbundet sedan starten. Det är viktigt att avsändare och syfte tydligt framgår i presentationen samt att alla gällande riktlinjer för grafisk profil och bildpolicy följs.

### 9.1.4 E-post

E-post är det vanligaste sättet att kommunicera med medarbetare och andra målgrupper. Det är viktigt att följande riktlinjer följs:

- Samtliga anställda i Borgholms kommun ska använda en korrekt e-postsignatur i enlighet med den grafiska profilen.
- Svar på skrivelser och e-post ska ske skyndsamt, helst inom 24 timmar.
- Språket som används ska vara professionellt, korrekt och lätt att förstå. Förkortningar och interna begrepp ska undvikas.

- Tonen i all utgående post ska gå i linje med våra kärnvärden *välkommande*, *utvecklande* och *tillsammans* och bidra till att stärka Borgholms långsiktiga vision.

### 9.1.5 Intranät

Kommunens intranät, insidan, är ett forum för intern kommunikation. Det är en effektiv kanal för att sprida information och nyheter till alla anställda samt ett verktyg för samarbete, och inte minst för att skapa gemenskap och sammanhållning i kommunen.

Intranätet ska uppdateras kontinuerligt och vara lätt att navigera, tolka och använda. Det är av yttersta vikt att intranätet endast innehåller aktuell information och att alla blanketter och länkar är fungerande. Det ska vara enkelt för samtliga medarbetare att hitta blanketter, protokoll, länkar till andra system, adresslistor, policyer samt övrig information.

Intranätet ska innehålla all information nyanställda behöver samt tydliga riktlinjer och lättillgänglig och uppdaterad information om vad som gäller vid semester, ledighet, sjukdom etcetera. Varje förvaltningschef har ansvar för att sprida viktig information vidare till dem som inte har tillgång till intranät och varje chef ansvarar för att viktig information publiceras.

### 9.1.6 Tryckt material

Tryckt material, inklusive kopierade foldrar, ska följa vår grafiska profil och godkännas av kommunikatör.

### 9.1.7 KommunNytt

KommunNytt är en tidning med samhällsinformation som går ut till kommunens invånare två-fyra gånger per år.

Tidningen ska öka stoltheten och förståelsen för den kommunala verksamheten och på så sätt minska missnöje, ryktesspridning och missförstånd. Kommunen vill skapa förutsättningar för ett öppet samhälle där medborgarna är en naturlig del av samhällsutvecklingen. För att lyckas med detta krävs att alla invånare har kunskap om vad som händer inom kommunen.

Varje förvaltning eller avdelning ansvarar för att förmedla texter eller bilder till kommunikatören innan utsatt slutdatum. Det är viktigt att texterna är kortfattade, informativa, relevanta och korrekturlästa, samt att bilderna håller en hög kvalitet.

KommunNytt följer en tydlig utgivningsplan för året, med deadlines för tryck och inlämnande av material som är känt för samtliga medarbetare. Den grafiska utformningen går i linje med den grafiska profilen och kommunikatören säkerställer att nyhetsbrevet går ut enligt plan.

### 9.1.8 NäringslivsNytt

NäringslivsNytt, med nyheter som riktar sig specifikt till företagare, skickas ut digitalt. Nyhetsbrevet distribueras via e-post och ska ha ett högt läsvärde för kommunens företagare.

Den grafiska profilen ska följas och språk, ton och innehåll ska alltid rikta sig till och ha företagaren i fokus. Näringslivsutvecklaren ansvarar för att nyhetsbrevet skickas ut enligt utgivningsplan.

### 9.1.9 Telefoni och direkta möten

Enligt vårt kärnvärde Välkomnande är det "viktigt att vi lyssnar, att vi är tillgängliga och att vårt bemötande alltid sker på ett korrekt och professionellt sätt. Oavsett ärende ska våra medborgare och besökare känna att de blivit sedda och respekterade".

Ett aktivt arbete kring service och bemötande ska hela tiden pågå, och arbetet ska följas upp med avstämning och återkoppling. Årliga servicemätningar görs för att säkerställa en hög servicenivå.

För att kommunen ska uppfattas positivt behöver kommuninvånaren mötas av professionella, pålästa och engagerade representanter vid kontakt med kommunen. Dessa dagliga möten, telefonsamtal, mailkontakter och diskussioner som sker med Servicecenter eller den enskilda medarbetaren är det som långsiktigt påverkar hur Borgholms kommuns varumärke utvecklas.

En stor del av inkommande kontakter med målgrupperna sker via telefon. Mobiltelefonin ger dessutom möjlighet till SMS-tjänster, webbläsning och andra mobila applikationer. Nedan presenteras ett urval av riktlinjer. För mer information, läs Telefonpolicy för Borgholms kommun som finns på intranätet, och tveka inte att fråga närmaste ansvarig om du är osäker.

- Antalet externt exponerade direkttelefonnummer ska minskas i syfte att styra samtalen. Är man inte nåbar ansvarar man själv för att anknytningen är korrekt hänvisad med återkomst i datum och tid.
- Röstbrevlåda med personligt, aktuellt hälsningsmeddelande ska alltid finnas. Inkomna meddelanden aviseras i e-post och SMS i mobilen, och ska avlyssnas och återkopplas till kunden snarast möjligt, helst inom 24 timmar.
- Samtal besvaras med hälsning och enhetens namn samt för- och efternamn, med kärnvärden och vision i åtanke.
- Externa samtal ska alltid prioriteras före interna.
- Medarbetare i servicecenter ska alltid få information om pressutskick etcetera.

Servicecenter i Stadshuset är kommunens öppna dörr till kommunen för allmänheten och är dem en besökare ofta först möter eller pratar med i kontakt med kommunen. Det är därför extra viktigt för dem att hålla sig

informerade samt för chefer att se till att de har tillgång till aktuell information och möjlighet att besvara de frågor som kommer på ett professionellt sätt.

#### Traditionella informationskanaler

Annonser, skyltar, informationstavlor, fordon, affischer och andra traditionella informationskanaler är viktiga identitetsskapare för kommunen och dess invånare. Genom att alltid ha en enhetlig grafisk kostym utåt, visar vi på den kommunala tillhörigheten.

Kommunens logotyp ska alltid vara väl synlig på kommunala anläggningar och verksamheter, skyltar och informationstavlor. Riktlinjer för hur material ska utformas finns i den grafiska profilen. Det är av yttersta vikt att den alltid följs, samt att säkerställa att allt material är uppdaterat och aktuellt. Utformning sker alltid i samråd med eller efter godkännande av chef eller kommunikatör.

#### 9.1.10 Arbetsplatsträffar

På arbetsplatsträffar har chefer god möjlighet att redogöra för, tolka och förklara verksamhetens mål, samt arbeta fram åtaganden för verksamheten. Det personliga mötet ger möjlighet till direkt delaktighet, inflytande och kunskapsutbyte. Dialog innebär ömsesidigt utbyte av information och idéer som leder till ökad kunskap och förståelse.

Varje chef ansvarar för att arbetsplatsträffarna sker i linje med FAS-avtalet, som står för förnyelse, arbetsmiljö och samverkan. På arbetsplatsträffen ska frågor om utveckling, planering och uppföljning av arbetet tas upp. När verksamheten diskuteras ska man alltid analysera hur arbetsmiljön påverkas.

#### 9.1.11 Media

Medierna spelar en viktig roll i den kommunala demokratin, inte bara som förmedlare av information utan även som opinionsbildare och granskare av verksamheterna. Vi ska ha en god beredskap för att möta mediernas krav på snabb respons och rätt till insyn och alltid vara öppna och professionella, oavsett vilken roll media har. Media ska alltid betraktas som en tillgång, inte ett hot.

Det ligger i vårt intresse att ge korrekt och allsidig information om kommunens verksamhet. Medarbetare och förtroendevalda bör på alla sätt medverka till detta. Viktig information ska således rutinmässigt delges alla lokalt verksamma medier. Kommunikatören ansvarar för att det blir gjort.

De viktiga lagarna för informationsspridning, till exempel yttrandefrihet, meddelarfrihet och offentlighetsprincip, ska vara kända för alla medarbetare. Meddelarfriheten i tryckfrihetsförordningen innebär att alla medarbetare kan lämna uppgifter till media, och att ingen har rätt att efterforska vem som lämnat uppgifterna.

Medias representanter ska uppleva att det är enkelt att komma i kontakt med Borgholms kommun och att de möts av en öppen och serviceinriktad attityd. Kommunikatören har ett övergripande ansvar för att planera, samordna och följa upp mediaarbetet i kommunen. Ytterst är dock förvaltningscheferna, i samråd med kommunikatören, ansvariga för att svara på frågor från media.

En medarbetare som direktkontaktas kan be om namn och kontaktuppgifter samt vilka frågor journalisten vill ha svar på och därefter återkomma med dessa, alternativt be chefen göra det.

Ett strategiskt mediaarbete innebär att bevaka, analysera och ta egna initiativ. Vi bevakar den bild media ger av oss samt analyserar artiklar, notiser, debattinlägg och insändare. Vi gör egna regelbundna insatser genom planerad pressinformation. Vi bemöter snabbt och sakligt artiklar, debattinlägg och insändare när så behövs och vi arbetar för att förekomma istället för att förekommas.

Pressmeddelanden skickas ut vid nyhetshändelser, presentationer av satsningar och vid viktig information från kommunen. Pressmeddelanden skickas till lokala medier och vid ett förmodat riksintresse även till riksmidia. Beroende på ärende kan det också vara intressant för specifika tidskrifter. Pressmeddelanden läggs också på hemsidan, skickas till ledningsgruppen och servicecenter. När vi bjuder in till pressträff informerar vi om det på Insidan. Alla pressutskick ska gå via kommunikatören och anställda får inte skicka egna pressmeddelanden. Förvaltningen ska informera om pressutskick i god tid samt tydligt ange var, när, hur och inte minst varför.

## **10 Kriskommunikation**

Vid extraordinära händelser, höjd beredskap eller andra samhällsstörningar som berör kommunen och dess invånare, är information om händelsen och de åtgärder som vidtas av stor betydelse. Informationsarbetet ska samordnas, präglas av professionalism, öppenhet och handling, samt ge snabb, saklig och väl avvägd information till alla berörda.

Kommunen har en kriskommunikationsplan.

Roller, ansvar och uppgifter redovisas särskilt i krisplanens riktlinjer, som finns på intranätet. All information ska ske i linje med dessa riktlinjer. Vid frågor, kontakta säkerhetssamordnaren.

## **11 Organisation och ansvar**

Den som representerar kommunen, ska göra det på ett sådant sätt, att kommunens trovärdighet upprätthålls och stärks. Kommunens

kommunikation ska alltid vara tillmötesgående och kännetecknas av trovärdighet och tillgänglighet.

Alla medarbetare har ett personligt ansvar för att samtliga intressenter bemöts på ett trevligt och professionellt sätt. För vissa yrkesroller är ansvaret särskilt utpekat, exempelvis för chefer, men det är viktigt att alla medarbetare oavsett befattning tar ansvar för kommunikationen.

Alla medarbetare ska skaffa, skapa och bidra med den information som krävs internt och externt för en väl fungerande verksamhet. Kommunikation ska ingå som en naturlig del i ledaransvaret och varje chef bär ansvaret för att kommunikationen fungerar inom, till och från den egna enheten.

I rollen som chef innebär kommunikationsansvaret att:

- Uppmärksamma kommunikationsbehov och kommunikationsproblem.
- Kommunicera både internt och externt.
- Samråda med kommunikatör och andra inblandade i aktuell fråga.
- Konkretisera övergripande visioner, mål och beslut.
- Skapa dialog, delaktighet och engagemang kring mål och visioner.
- Vara tydliga i sitt sätt att kommunicera.
- Formulera mål och vision på ett inspirerande vis.
- Kommunicera tydliga förväntningar och göra återkopplingar regelbundet.
- Använda valda kommunikationskanaler på ett korrekt sätt.
- Alltid väga in kommunikativa effekter i beslutsprocesserna.

Det kommunikativa ledarskapet ska bidra till ett öppet och tillåtande klimat, som ger medarbetaren kommunikationsutrymme, vilket i sin tur är en förutsättning för kommunikativt medarbetarskap.

Alla medarbetare företräder Borgholms kommun och har ett personligt ansvar att efterleva våra kärnvärden. Medarbetarnas kompetens och förmåga att kommunicera är avgörande för att skapa förbättrade verksamhetsresultat och mervärden som tillsammans gör organisationen konkurrenskraftig.

Alla medarbetare ska ha tillgång till snabb och korrekt information och känna sig hörda, sedda och delaktiga. Alla led i verksamheten ska sträva efter att lämna information till sina medarbetare om viktiga beslut och förändringar som rör den egna verksamheten, innan den når externa målgrupper.

En kommunikativ medarbetare tar sitt ansvar för att kommunikationen ska fungera genom att:

- Själv söka den information som behövs för att fullgöra ett väl genomfört uppdrag.

- Bidra till organisationens utveckling och innovativa förmåga genom att aktivt hämta in och dela med sig av nya kunskaper, idéer och perspektiv.
- Ta ansvar för relationer och det sociala klimatet på arbetsplatsen.

Borgholms kommun arbetar aktivt med ett chefsnätverk, som syftar till att dela erfarenheter, kunskap och information. Vi arbetar också med aktiva informationsträffar för chefer gällande kommunikation, för att säkerställa att ingen information hamnar mellan stolarna.

### 11.1.1 Planerad kommunikation

All kommunikation ska vara planerad med ett genomtänkt effektmål för kommunikationen. Relevant budskap ska förmedlas till rätt målgrupp, vid rätt tillfälle och via rätt kanal.

Checklista för att planera kommunikation (ur *Nordisk kommunikation*):

1. Gör en analys – Varför behövs kommunikationen? Vad ska den bidra med?
2. Prioritera målgrupper – Vilka individer eller grupper är viktiga att nå?
3. Sätt kommunikationsmål – Vad ska uppnås med insatsen? Är målet mätbart?
4. Formulera budskap – Ta fram huvudbudskap och stödargument.
5. Välj strategi – Utifrån resurser och ambitionsnivå. Hur nå målen på bästa sätt?
6. Välj kanaler – Vilka kanaler är mest effektiva för tänkt målgrupp?
7. Skapa aktiviteter och tidsplan – Aktivitet? Budget? Kanaler? Ansvarig?
8. Följ upp och utvärdera – Hur vet vi om vi nådde målen?

Kommunikatören ska inför varje nytt år upprätta en aktivitetsplan som ska godkännas av kommunchefen.

Planen ska innehålla: KommunNytts planerade utskick och större kommunikationsinsatser.



### 11.1.2 Lagar

Borgholms kommuns kommunikationsriktlinjer bygger på bestämmelser i svensk lag och förutsättningarna för kommunikationen internt och externt styrs av dessa, samt av vilka rutiner och kanaler som finns.

Följande lagar påverkar bland annat hur vi ska arbeta med kommunikationsfrågor i den kommunala verksamheten och kan vara viktiga att känna till vid en kommunikationsinsats.

- *Regeringsformen* - visar på grunddragen i det svenska statskicket, folkets makt och hur riksdag och regering arbetar.
- *Tryckfrihetsförordningen* - innehåller bestämmelser om allmänna handlingars offentlighet.
- *Yttrandefrihetsgrundlagen* - visar på medborgarens rätt att tycka och tänka fritt samt vad man inte får göra, exempelvis kränka eller förtala en annan person.
- *Upphovsrättslagen* - ger upphovsmän rätt att förfoga över sina verk, samt skyddar verket mot intrång.
- *Arkivlagen* - innehåller bestämmelser om myndigheternas och vissa andra organs arkiv, samt hur de ska bevaras och vårdas.
- *Förvaltningslagen* - reglerar förvaltningsmyndigheternas verksamhet och garanterar enskilda individers rättssäkerhet i kontakt med kommunen.
- *Språklagen* - slår fast att det svenska språket ska vara huvudspråk i Sverige, men innehåller också bestämmelser om skydd för minoritetsspråk och teckenspråk.
- *Marknadsföringslagen* - skyddar mot vilseledande, aggressiv och annan otillbörlig marknadsföring.
- *Offentlighets- och sekretesslagen* - innehåller bestämmelser om tystnadsplikt i det allmänna verksamheten och om förbud att lämna ut allmänna handlingar.
- *Lagen om elektronisk kommunikation* - omfattar elektronisk kommunikation av alla typer av elektroniska kommunikationsnät som telenätet, internet och kabel-TV-nätet.
- *Lag om ansvar för elektroniska anslagstavlor* - Den som tillhandahåller en elektronisk anslagstavla ska lämna information till alla som ansluter sig till tjänsten om sin identitet och i vilken utsträckning inkomna meddelanden blir tillgängliga för andra användare.
- *Upphovsrättslagen* - skyddar den som har skapat ett litterärt eller konstnärligt verk.
- *GDPR – Dataskyddsförordningen (The General Data Protection Regulation)* är till för att skydda enskildas grundläggande rättigheter och friheter, särskilt deras rätt till skydd av personuppgifter. GDPR påverkar särskilt vår bildhantering.

## 12 Sammanfattning

Borgholms kommuns kommunikationsplattform kan sammanfattas med följande punkter:

- En lättnavigerad, välkomnande och ständigt uppdaterad hemsida.
- Ett informativt och lättillgängligt intranät med aktuell och uppdaterad information.
- En tydlig, lättanvänd och heltäckande grafisk profil.
- Ett informativt och läsvärt externt nyhetsbrev (KommunNytt).
- Ett informativt och läsvärt internt nyhetsbrev (MedarbetarNytt).
- Ett informativt och läsvärt externt nyhetsbrev (NäringslivsNytt).
- Ett aktivt, professionellt och tillmötesgående arbete med Facebook.
- En tydlig, känd och lättanvänd kriskommunikationsplan.
- En tydlig struktur för arbetsplatsträffar, utbildningar och kompetensutveckling.
- En tydlig struktur för utveckling av service och bemötande.
- En tydlig policy gällande mediakontakter.

## 13 Utvärdering och revidering

Denna strategi ska utvärderas och uppdateras minst en gång per år. Detta gäller även befintliga policyer och andra vägledande dokument inom den: Grafisk profil, riktlinjer för bildanvändning, telefonpolicy, riktlinjer för service, plan för kriskommunikation och så vidare.